

Znaczenie zwierząt w kreowaniu produktu turystyki wiejskiej w Polsce Wschodniej

Bożena Łagowska

Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Wydział Ogrodnictwa i Architektury Krajobrazu,
Katedra Entomologii

e-mail: bozena.lagowska@up.lublin.pl

Izabela Kot

Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Wydział Ogrodnictwa i Architektury Krajobrazu,
Katedra Entomologii

e-mail: izabela.kot@up.lublin.pl

DOI: 10.12846/j.em.2013.03.02

Streszczenie

W pracy przedstawiono ocenę zakresu oraz sposobów wykorzystania zwierząt w turystyce na podstawie analizy ofert internetowych gospodarstw prowadzących działalność turystyczną na obszarach wiejskich województwa lubelskiego i podlaskiego. Przeprowadzona analiza wskazuje na niedostateczne wykorzystanie zwierząt w turystyce wiejskiej zarówno w odniesieniu do liczby oferowanych gatunków, jak i sposobów ich udostępniania w celach turystycznych. Zwierzęta mogą być tematem przewodnim tworzonego produktu turystycznego, ale należy wprowadzić nowe, mniej znane gatunki zwierząt, w tym zwierzęta żyjące na wolności i poszerzyć zakres ich wykorzystania. Innym sposobem zwiększenia atrakcyjności produktu turystycznego jest wykorzystanie właściwości terapeutycznych zwierząt.

Słowa kluczowe

turystyka wiejska, produkt turystyczny, zwierzęta

Wstęp

Produkt turystyczny jest ważnym czynnikiem wpływającym na rozwój i powodzenie turystyki niezależnie od jej formy i rodzaju. W dokumencie rządowym określającym

kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku (*Kierunki...*, 2008), wskazuje się na niedostatek charakterystycznych regionalnych produktów turystycznych i konieczność tworzenia zróżnicowanej i konkurencyjnej rynkowo oferty produktów. W zakresie produktu turystycznego są rekomendowane działania na rzecz kształtowania innowacyjnych i konkurencyjnych produktów wykorzystujących specyfikę lokalną i regionalną i łączących różne elementy (między innymi atrakcji, bazy turystycznej, informacji, marki, infrastruktury komunikacyjnej i innych usług), które odpowiadają wymogom zrównoważonego rozwoju. Wśród celów tego obszaru uwzględniono zarówno budowę nowych produktów, jak i poprawę jakości oraz zwiększenie konkurencyjności oferty produktów już funkcjonujących na rynku.

Zidentyfikowane problemy w zakresie produktu turystyki wiejskiej wskazują na mało ciekawe produkty z przewagą „zwykłej” agroturystyki - noclegi na wsi oraz zbyt małą liczbę wspólnych przedsięwzięć tworzących ofertę integrującą kilka atrakcji (*Ekspertyza...*, 2012). Turyści stają się coraz bardziej wymagający i szukają profesjonalnych, rozbudowanych ofert. Takim oczekiwaniom nie sprostają już właściciele gospodarstw turystycznych oferujących jedynie noclegi i wyżywienie. Konieczność zaspokojenia różnorodnych potrzeb turystów przebywających na terenach wiejskich determinuje potrzebę kreowania wszechstronnych i ciekawych produktów turystycznych, których istotnym elementem mogą być zwierzęta gospodarskie hodowane wyłącznie w celach turystycznych oraz zwierzęta żyjące na wolności. Obecność zwierząt w gospodarstwie prowadzącym działalność turystyczną i jego otoczeniu podnosi poziom atrakcyjności i jakości wypoczynku na obszarach wiejskich. Ważny jest właściwy dobór zwierząt wpisanych w otoczenie i zaspakajających konkretne zapotrzebowania turystów (Sosnowski i in., 2005).

Głównym celem badań była ocena zakresu i sposobów wykorzystania zwierząt w gospodarstwach prowadzących działalność turystyczną na terenach wiejskich oraz wskazanie kierunków działań zwiększających atrakcyjność ofert i wypoczynku turystów na wsi.

1. Metoda badań

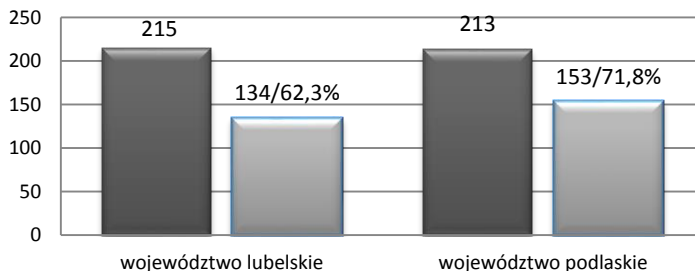
Ocenę zakresu oraz sposobów wykorzystania zwierząt w turystyce dokonano na podstawie analizy ofert gospodarstw prowadzących działalność turystyczną na obszarach wiejskich województwa lubelskiego i podlaskiego. Obydwa województwa zostały zakwalifikowane do grupy województw wybitnie predestynowanych do rozwoju turystyki wiejskiej. Łączna powierzchnia obszarów wiejskich w tych dwóch

województwach stanowi 14,9% ogólnej powierzchni obszarów tego typu w Polsce (*Ekspertyza...*, 2012).

Główną bazą danych wykorzystanych do analiz był Internet, który także jest podstawowym źródłem informacji dla większości turystów (60%) planujących wyjazd (*Turystyka ...*, 2013). Badania prowadzone były na początku sezonu turystycznego w maju i czerwcu 2012 i 2013 roku, gdy na stronach internetowych dostępne są aktualne informacje o obiektach świadczących usługi turystyczne na obszarach wiejskich. Najczęściej korzystano z następujących stron internetowych: www.agroturystyka.pl; www.meteor-turystyka.pl; www.agrowakacje.pl; www.goscinnawies.pl. Ze względu na brak jednoznacznej informacji o charakterze prowadzonej działalności turystycznej (agroturystyka, turystyka wiejska, ekoturystyka i inne) w niektórych ofertach, wszystkie analizowane gospodarstwa potraktowano jako obiekty turystyki wiejskiej. W sumie przeprowadzono analizę 428 losowo wybranych ofert gospodarstw turystycznych pod kątem posiadanych gatunków zwierząt i sposobów ich wykorzystania w turystyce. W województwie lubelskim przeanalizowano 215 ofert, co stanowi 52,8% liczby obiektów turystyki wiejskiej podanej przez Majewską i in. (2008). Zbliżoną liczbę ofert (213) zbadano w województwie podlaskim, co stanowi 33,9% obiektów wymienionych przez Jagusiewicza i Łopacińskiego (2009).

2. Wyniki badań

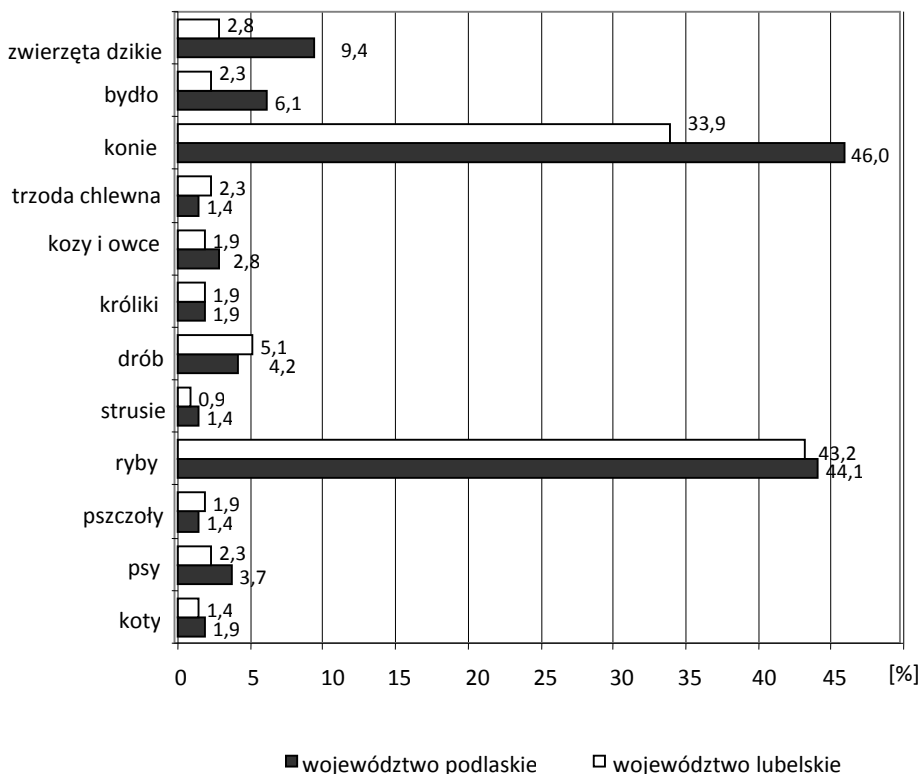
W województwie lubelskim, w grupie 215 analizowanych gospodarstw, 134 (62,3%) gospodarstwa wymieniało w swojej ofercie zwierzęta. Podobnie wysoką liczbę gospodarstw oferujących zwierzęta w celach turystycznych (153; 71,8%) zarejestrowano w województwie podlaskim (rys. 1).



Rys. 1. Liczba i procent gospodarstw oferujących zwierzęta w celach turystycznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

W obydwu województwach większość analizowanych gospodarstw posiada typowe zwierzęta gospodarskie takie, jak: kury, bydło, świnie, kozy, owce i konie, student (rys. 2). Najwięcej gospodarstw oferuje stawy hodowlane z możliwością łowienia ryb oraz konie. Tylko w jednym w województwie lubelskim i trzech gospodarstwach w województwie podlaskim można zobaczyć strusie. Również pszczoły wymieniane były zaledwie w kilku ofertach. W niewielkim zakresie oferowany był kontakt ze zwierzętami żyjącymi na wolności, w tym z ptakami dzikimi (rys. 2). W żadnym z analizowanych gospodarstw nie wykorzystuje się zwierząt w terapii.



Rys. 2. Gospodarstwa oferujące zwierzęta w celach turystycznych w województwach lubelskim i podlaskim [%]

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

W obydwu województwach wymienione zwierzęta były oferowane w celach konsumpcyjnych (mięso, mleko, jaja, ser) oraz niekonsumpcyjnych, jako obiekt wizualny (tab. 1). W niewielkim zakresie oferowany był bezpośredni kontakt turysty ze zwierzętami poprzez udział w udoju krów lub przeganianie stada przez rzekę. Tylko w jednym gospodarstwie na terenie województwa lubelskiego proponowane były inhalacje propolisem.

Tab. 1. Sposoby wykorzystania zwierząt według ofert gospodarstw świadczących usługi turystyczne w województwie lubelskim i podlaskim

Sposób wykorzystania zwierząt według ofert		Gatunek zwierząt	Liczba gospodarstw	
			województwo lubelskie	województwo podlaskie
Konsumpcyjne cele wykorzystania zwierząt	Produkty spożywcze – mleko, ser	bydło	4	12
		kozy, owce	4	4
	Produkty spożywcze – jaja, mięso	drób	11	10
		strusie	-	2
	Produkty spożywcze – mięso	trzoda chlewna	3	1
króliki		4	-	
Produkty pasieczne	pszczoły	4	3	
Niekonsumpcyjne cele wykorzystania zwierząt	Jazda konna	konie	51	20
	Przejażdżki bryczką lub saniami	konie	39	87
	Zawody jeździeckie	konie	1	-
	Cel wizualny	konie	1	-
		bydło	1	-
		drób	-	1
		psy	5	8
		koty	3	4
		kozy, owce	-	3
		trzoda chlewna	2	2
		króliki	-	4
		strusie	2	3
		zwierzęta dzikie	6	20
	Wędkowanie	ryby	93	94
	Udział w udoju	bydło	-	2
	Zachowawcza hodowla rasy polskiej	bydło	-	1
Uczestnictwo w czynnościach przeganiania stada przez rzekę	bydło	-	1	
Inhalacje propolisem	pszczoły	1	-	

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

3. Dyskusja wyników

Produkt turystyki wiejskiej powinien składać się z usług, atrakcji i infrastruktury, zawierających co najmniej usługi noclegowe, gastronomiczne oraz atrakcje o „wiejskim charakterze”, na przykład możliwość poznania życia w gospodarstwie rolnym, tradycyjnej kuchni, zawodów, otaczającego środowiska przyrodniczego (*Ekspertyza...*, 2012). Taką atrakcją o „wiejskim charakterze” mogą być też zwierzęta.

Z badań Pisarek i Lechowskiej (2011) przeprowadzonych w południowo-wschodniej Polsce wynika, że istnieje zapotrzebowanie turystów na kontakt ze zwierzętami podczas wypoczynku. Wyniki ich prac wykazują, że co drugi agroturysta wybierając miejsce na wypoczynek, uwzględnia bytowanie w nim zwierząt.

Spośród 428 analizowanych gospodarstw świadczących usługi turystyczne na terenie województwa lubelskiego i podlaskiego, w ofertach 287 gospodarstw (67%) umieszczono informacje o posiadaniu zwierząt, przy czym więcej ofert (o 10%) wskazujących na obecność zwierząt w gospodarstwie było w województwie podlaskim. Znacznie niższą liczbę ofert (24,8% ogółu badanych ofert) z informacjami o posiadaniu zwierząt w gospodarstwach turystycznych zanotowała Sammel (2010) w województwie zachodniopomorskim.

Wyniki przeprowadzonych analiz wskazują na dosyć ubogą ofertę gatunkową zwierząt wykorzystywanych w celach turystycznych w badanych województwach. W analizowanych ofertach wymieniono zaledwie 12 gatunków lub grup zwierząt z wyraźną dominacją koni i ryb. W dalszej kolejności wymieniane są pospolite zwierzęta gospodarskie (bydło, trzoda chlewna, owoce, kozy, drób) oraz zwierzęta towarzyszące (psy, koty). Z grupy zwierząt mniej znanych (daniele, lamy, strusie, drób ozdobny, renifery), tylko strusie były wymieniane w pojedynczych ofertach. Należy podkreślić, że oferta gatunkowa zwierząt wykorzystywanych w turystyce w województwie zachodniopomorskim jest bogatsza; obok zwierząt pospolitych wymieniane były tam też lamy, daniele, szynszyle, szopy, świnie wietnamskie (Sammel, 2010).

Według analizowanych ofert również sposoby udostępniania zwierząt w celach turystycznych są dosyć ograniczone. Większość badanych gospodarstw oferuje turystom bezpośredni kontakt ze zwierzętami (jazda konna, przejażdżki bryczką lub saniami, wędkowanie, uczestniczenie w pracach gospodarskich - dojenie krów, przeganianie stada przez rzekę). Kontakt pośredni ze zwierzętami w postaci konsumpcji i zakupu pozyskiwanych z nich lub od nich produktów, oferowało 30 gospodarstw na 215 gospodarstw analizowanych w województwie lubelskim i 32 gospodarstwa na 213 gospodarstw analizowanych w województwie podlaskim.

Konie dominowały w ofertach wielu gospodarstw, podobnie jak w badaniach Kuźnickiej (2005), ale oferowano tylko jazdę konną, zawody jeździeckie i przejażdżki bryczką lub saniami. Tymczasem propozycja spędzenia wolnego czasu z końmi może też obejmować rajdy konne, ujeżdżanie koni, biegi myśliwskie i woltżerkę, naukę powożenia, a w okresie zimowym kulig z pochodniami oraz skiering, czyli jazdę na nartach za koniem (Sosnowski i in., 2005). Według Szarka i Kałuży (2007) wprowadzenie usług rekreacji konnej w gospodarstwach agroturystycznych przyczynia się do zwiększenia sprzedaży usług noclegowych i wyżywienia, które generują dodatkowe dochody. Posiadanie jednego konia w gospodarstwie agroturystycznym generuje około 1526 zł dochodu rocznego netto, przy czym dla osiągnięcia progu rentowności konieczne jest posiadanie około pięciu koni, przy jednoczesnym świadczeniu usług noclegowych i żywieniu gości.

Znikoma liczba analizowanych gospodarstw proponowała w swoich ofertach kontakt ze zwierzętami żyjącymi na wolności. Prezentując zwierzęta w ich bardziej lub mniej naturalnym środowisku, można obserwować ich zachowania, przyglądać się ich relacjom i podpatrywać sposób życia. Badane województwa posiadają ogromny potencjał przyrodniczy sprzyjający obecności zwierząt, które znajdują tam dobre warunki życia i są istotnym uzupełnieniem krajobrazu wiejskiego. Szczególnie w województwie podlaskim zachowały się elementy przyrody dzikiej, naturalne krajobrazy, puszcze i lasy, jeziora oraz doliny rzek, a wśród nich takie unikaty w skali całej Europy, na przykład Białowiecki i Biebrzański Park Narodowy. Są to obszary sprzyjające rozwojowi turystyki przyrodniczej (ang. *wildlife tourism*). Turystyka przyrodnicza obejmuje spotkania (kontakty) z dzikimi zwierzętami zarówno w ich naturalnym środowisku, jak i w niewoli. Do niekonsumpcyjnych form tej turystyki zaliczane jest oglądanie, fotografowanie i karmienie zwierząt; konsumpcyjna forma obejmuje polowanie i rekreacyjne łowienie ryb (Conway, 1995). Jest to obecnie najszybciej rozwijający się sektor turystyki na świecie, który generuje wysokie finansowe przychody w skali globalnej w wysokości od 47 do 155 bilionów dolarów rocznie (Reynolds, Braithwait, 2001). Turystyka przyrodnicza jest główną atrakcją dla 32% turystów zagranicznych wyjeżdżających do Australii i 80% odwiedzających Kenię i Zimbabwe (Gray, 2004). Te przykłady ilustrują, że przynajmniej pewne formy turystyki przyrodniczej są ekonomicznie ważne w kilku częściach świata. Ten rodzaj turystyki, a przynajmniej pewne jego formy rozwijają się też w Polsce, ale rzadko pojawiają się w ofertach gospodarstw agroturystycznych, nawet tych sąsiadujących z dziką przyrodą. Tymczasem propozycja wypraw w celu podglądania i fotografowania dzikich zwierząt w pobliskim lesie czy też hodowla dzikich zwierząt (daniele, sarny, renifery) w warunkach półnaturalnych może znacząco zwiększyć atrakcyjność oferty i mieć decydujący wpływ na wybór miejsca wypoczynku

przez turystę. Oczywiście, prowadzenie tych form turystyki wymaga szczególnej wiedzy i umiejętności właścicieli gospodarstw turystycznych, a nawet zdobycia dodatkowych uprawnień przewodnika.

Innym sposobem zwiększenia atrakcyjności ofert związanych ze zwierzętami jest wykorzystanie ich właściwości terapeutycznych bądź właściwości leczniczych produktów, które są od nich pozyskiwane. Z przeprowadzonych analiz wynika, że tylko w jednym gospodarstwie proponowano inhalacje propolisem. Wśród oferowanych zwierząt dominowały konie. Wykorzystanie ich właściwości terapeutycznych może poszerzyć zakres usług turystycznych. Możliwość rozwoju terapii z wykorzystaniem jazdy konnej w gospodarstwach wiejskich przedstawili Gedl-Pieprzyca i Kaganek (2005). Ośrodki jeździeckie zajmują się terapią osób niepełnosprawnych i świadczą głównie usługi hipoterapeutyczne. Natomiast ośrodki agroturystyczne mogą rozszerzyć swoją ofertę proponując terapeutyczno-rekreacyjną jazdę konną w formie spaceru po pobliskiej okolicy, jednodniowe wycieczki w określonym celu czy też kilkudniowe rajdy. Według wymienionych autorów, terapia z wykorzystaniem rekreacyjno-turystycznej jazdy konnej dla osób niepełnosprawnych proponowana w ramach oferty agroturystycznej ma szansę stać się produktem uzupełniającym typowe usługi hipoterapeutyczne, który przy niedużych nakładach finansowych gospodarzy cieszyć się będzie dużym zainteresowaniem turystów niepełnosprawnych.

Wśród analizowanych ofert można wyodrębnić takie, które informują o jednym lub kilku różnych gatunkach zwierząt z przedstawieniem atrakcji z nim związanych. Można spotkać również oferty mało precyzyjne typu „w gospodarstwie utrzymywane są zwierzęta gospodarskie”, na podstawie których trudno jest jednoznacznie określić, jakie gatunki i w jaki sposób są wykorzystywane w turystyce. Z przeprowadzonych analiz wynika, że część gospodarstw nie docenia roli zwierząt w zwiększaniu atrakcyjności ofert i pomijają je w ofercie, mimo ich posiadania lub też informacje ofertowe są lakoniczne.

Podsumowanie

Zwierzęta w gospodarstwach świadczących usługi turystyczne są istotnym elementem produktu turystycznego i przyczyniają się do tworzenia ciekawej oferty turystycznej. Mogą być one tematem przewodnim tworzonego produktu turystycznego, związanym z rdzeniem produktu i jednocześnie stać się motywem przyjazdu turysty w określone miejsce.

Przeprowadzona analiza ofert wskazuje na niedostateczne wykorzystanie zwierząt w turystyce wiejskiej zarówno w odniesieniu do liczby oferowanych gatunków, jak i sposobów ich udostępniania w celach turystycznych. Należałoby sądzić, że właściciele wielu gospodarstw turystycznych nie dostrzegają atrakcyjności zwierząt dla prowadzonej przez nich działalności lub nie posiadają dostatecznej wiedzy na temat hodowli i behawioryzmu tych zwierząt.

Istniejące oferty można wzbogacić, wprowadzając nowe, mniej znane gatunki zwierząt, w tym zwierzęta żyjące na wolności i nowe sposoby ich wykorzystania, na przykład koni proponując szkółkę jazdy konnej, ujeżdżanie, biegi myśliwskie, woltżerkę czy też naukę powożenia. Innym sposobem zwiększenia atrakcyjności ofert związanych ze zwierzętami jest wykorzystanie właściwości terapeutycznych zwierząt. Prezentowane oferty powinny posiadać pełne informacje o zwierzętach (nazwy gatunkowe, sposoby ich udostępniania turystom) i być systematycznie uaktualniane.

Literatura

1. Conway W. (1995), *Wild and zoo animal interactive management and habitat conservation*. Biodiversity and Conservation 4
2. *Ekspertyza w zakresie potencjału produktów turystyki wiejskiej w Polsce i ich konkurencyjności na regionalnym, krajowym i zagranicznym rynku usług turystycznych* (2012), Polska Agencja Rozwoju Turystyki S.A, Warszawa 2012
3. Gedl-Pieprzycza I., Kaganek K. (2005), *Możliwości rozwoju terapii z wykorzystaniem jazdy konnej w gospodarstwach wiejskich*, w: Bergier J., Sawicki B., (red.), *Wybrane zagadnienia z turystyki wiejskiej*, Wydawnictwo PWSZ im. Papieża Jana Pawła II, Biała Podlaska
4. Gray W. (2004), *Walking Africa*, Mankind and Nature 32
5. Jagusiewicz A., Łopaciński K. *Ocena stanu turystyki wiejskiej i agroturystyki w Polsce w latach 2005-2009*, Instytut Turystyki sp. z o.o., http://bip.minrol.gov.pl/FileRepozytory/FileRepozytoryShowImage.aspx?item_id=37813 [16.08.2013]
6. *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*. Dokument rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 roku, Warszawa wrzesień 2008, [https://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/9731/original/Kierunki_rozwoju_turystyki_do_2015_roku__RM-26_09_2008_r__.pdf?](https://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/9731/original/Kierunki_rozwoju_turystyki_do_2015_roku__RM-26_09_2008_r__.pdf?_1334718997) 1334718997 [16.08.2013]
7. Kuźnicka E. (2005), *The most popular domestic animals species in agro-touristic farms in Poland*, ISAH, Warsaw, Poland 2
8. Majewska I., Telniuk T., Broma R. (2008), *Audyty turystyczne województwa lubelskiego*, Wyd. Polska Agencja Turystyki, Warszawa

9. Pisarek M., Lechowska J. (2011), *Rola rolnictwa w budowaniu produktu agroturystycznego w południowo-wschodniej Polsce*, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica 288 (64)
10. *Turystyka wśród internautów*, Gemius SA, <http://www.gemius.pl/pl/aktualnosci/2008-01-21/01> [13.08.2013]
11. Reynolds P.C., Braithwait D. (2001), *Towards a conceptual framework for wildlife tourism*, Tourism Management 22
12. Sammel A. (2010), *Zwierzęta jako składnik produktu turystycznego w województwie zachodniopomorskim*, Acta Sci. Pol. Zootechnica 9 (4)
13. Sosnowski J., Ciepela G., Jankowski J. (2005), *Rola zwierząt w podnoszeniu atrakcyjności gospodarstw agroturystycznych*, w: Bergier J., Sawicki B., (red.), *Wybrane zagadnienia z turystyki wiejskiej*, Wydawnictwo PWSZ im. Papieża Jana Pawła II, Biała Podlaska
14. Szarek S., Kałuża H. (2007), *Wyniki ekonomiczne gospodarstw agroturystycznych świadczących usługi rekreacji konnej*, w: Ciepela G., Sosnowski J. (red.), *Agroturystyka – moda czy potrzeba?*, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce

The importance of animals in the creation of rural tourism product in Eastern Poland

Abstract

The paper presents the evaluation of the scope and ways of animals use in tourism on the basis of tourist farm's Internet offers operating in rural areas of Lublin and Podlasie voivodships. The analysis points to the inadequate use of animals in rural tourism both in the number of available species and ways to make them available for tourism. Animals may be the theme of the tourism product, but the new, lesser-known species of animals, including animals living in the wild should be placed on the tourist farms. Another way to increase the attractiveness of the tourism product is the use of therapeutic properties of animals.

Keywords

rural tourism, tourism product, animals